

Документ 5.2:

Доклад за дейностите по повишаване на осведомеността

Отговорен партньор: EVNTP

Версия 1.0, Април 2025

Co-funded by the European Union

Съфинансирано по Програмата LIFE на Европейския съюз.
Изразените гледни точки и мнения са единствено на автора(ите) и не отразяват непременно позициите на Европейския съюз или на CINEA. Нито Европейският съюз, нито органът, предоставящ финансирането, могат да бъдат държани отговорни за тях.

Съдържание

Резюме на доклада **2**

Въведение **3**

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: БАКК (София) **4**

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: Пробуждение (Бургас) **8**

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: EVN (Пловдив) **12**

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: Енерджи сейвинг (Стара Загора) **19**

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: БРТК (Русе) **22**

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: Община Габрово **26**

Заключение **31**

Резюме на доклада

В период от 18 месеца, между октомври 2023 и март 2025 г., Центровете за комплексно обслужване (ЦКО), основани по проект SHEERenov+ в шест български града – София, Пловдив, Стара Загора, Бургас, Русе и Габрово – проведоха целенасочени кампании за повишаване на осведомеността, насочени към популяризиране на обновяването на жилищни сгради и устойчивото използване на енергия. Целта на кампаниите беше да се засили общественото разбиране за ползите от енергийно ефективното сградно обновяване, да се промотира ролята на ЦКО като доверен източник на информация и подкрепа и да се насърчат сдруженията на собствениците и специалистите да участват в предстоящите национални програми.

Дейностите включваха информационни сесии, публични събития, технически обучения, медийно отразяване и сътрудничество с местните власти. Всеки Център за комплексно обслужване адаптира подхода си спрямо местния контекст – организиране на събития в сградите на районните администрации, участие в строителни изложения, провеждане на срещи на терен и активна работа в социалните мрежи за достигане до различни целеви групи. Ключов фактор за успех във всички градове бе сътрудничеството с общините, което значително засили доверието и обхвата на кампаниите. Комуникационните усилия бяха синхронизирани с националните

покани за финансиране на обновявания, което направи посланията особено навременни и релевантни.

Цялостната обществена реакция беше много положителна. Собствениците на жилища оцениха наличието на ясен и достъпен център за консултации, докато професионалистите разпознаха нови възможности за участие на пазара на сградно обновяване. Кампаниите на Центровете за комплексно обслужване не само генерираха силна местна видимост, но и положиха здрава основа за устойчиво ангажиране на клиентите в целия процес на реновация. Придобитият импулс се очаква да продължи при бъдещите дейности, като надгради подкрепата за националните програми за обновяване на многофамилни жилищни сгради и индивидуални фотоволтаични инсталации, както и към пазарно ориентирани инициативи в алтернативни сегменти, например еднофамилни къщи и енергийни общности, като се използва и капацитетът на вече функциониращата дигитална платформа SHEERenov+.

Въведение

Проектът SHEERenov+ има за цел да ускори енергийно ефективното обновяване на жилищни сгради в България чрез създаване на мрежа от интегрирани обслужващи центрове (Центрове за комплексно обслужване), които предлагат персонализирана подкрепа на собствениците през целия процес на обновяване. Тези центрове комбинират технически консултации, финансова помощ и координация на проекти, като подпомагат собствениците да вземат информирани решения и да се справят с комплексните административни и технически изисквания. Чрез внедряване на модела на Центъра за комплексно обслужване както в публични, така и в частни организации, проектът отговаря на нуждата от достъпни, доверени и компетентни посредници в националната реновационна среда.

България среща значителни предизвикателства при мащабното обновяване на сгради. Въпреки достъпните европейски и национални средства, темпът на реновация остава нисък заради фрагментирана собственост, липса на доверие, ограничени технически възможности у собствениците и обща липса на пазарни посредници. Отварянето на новите програми по Националния план за възстановяване и устойчивост (НПВУ) се очакваше да създаде навременна възможност за промяна на динамиката; ефективността им обаче бе подкопана от чести промени в указанията за кандидатстване и забавяния в процедурите, които повлияха негативно на обществената осведоменост и готовност за действие. В този контекст ролята на Центъра за комплексно обслужване не е само да предоставя услуги, но и да стимулира търсенето чрез стратегическа комуникация и информираност.

Този доклад представя резултатите от кампаниите за повишаване на осведомеността, проведени от шестте регионални Центъра за комплексно обслужване в София, Пловдив, Стара Загора, Бургас, Русе и Габрово. В него е включен преглед на използваните местни подходи, комуникационните инструменти и послания, както и вида и мащаба на постигнатото ангажиране. Специално внимание е отделено на синергията с националните схеми за финансиране и активното участие на общините и местните професионалисти. Анализът също така разглежда научените уроци и общите предизвикателства, срещнати по време на кампаниите.

Информацията, събрана в този доклад, ще подпомогне непрекъснатото усъвършенстване на комуникационните стратегии и материали на Центровете за комплексно обслужване. Тя ще подкрепи бъдещото разпространение и разрастване на модела, подпомагайки дейностите по комуникация и повишаване на осведомеността на новите членове на мрежата от Центрове, като проектният екип планира да актуализира и разшири тези модели до края на проекта. В по-дългосрочен план представените тук заключения и тези в следващата актуализирана версия, която ще бъде публикувана през септември 2026 г., ще послужат като отправна точка за публичните власти и пазарните участници, заинтересовани да засилят връзката между реновационните политики и ангажираността на гражданите.

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: БАКК (София)

1. Основна информация

- Наименование на ЦКО: БАКК
- Община/Обхват: Столична община; на територията на цялата страна
- Отчетен период: 01.10.2023 – 31.03.2025
- Лице за контакт в ЦКО: Маргарита Цанова
- Дата на подаване: 12.05.2025

2. Цели на кампанията

Кои бяха ключовите цели на вашите дейности за повишаване на осведомеността?

- ☑ Увеличаване на обществената осведоменост относно обновяването на сградите
- ☑ Популяризиране на услугите на Центъра за комплексно обслужване
- ☑ Изграждане на доверие чрез сътрудничество с общините
- ☑ Включване на местни професионалисти и компании
- ☑ Друго (моля, уточнете): Генериране на търсене на услугите на Центъра за комплексно обслужване във връзка с покана № RRP-4.024 „Енергийна ефективност на многофамилни жилищни сгради“ по Националния план за възстановяване и устойчивост с 80 % държавно финансиране

3. Проведени дейности

3.1 Събития и разпространение на информация

Тип събитие	Заглавие/ Тема	Място	Дата	Целева група(и)	Брой участници
☑ Информационна сесия	Процедура № RRP-4.024 по НПВУ: Енергийна ефективност на многофамилни жилищни	Сграда на районна администрация „Оборище“, София	28.11.2023 30.11.2023	Собственици на жилища	18
		Сграда на районна администрация „Витоша“, София	29.11.2023	Собственици на жилища	18

	сгради с 80 % държавно финансиране Задачите на етажната собственост – мисия възможна	Сграда на районна администрация „Лозенец“, София	08.01.2024	Собственици на жилища	17
		Сграда на районна администрация „Триадица“, София	10.01.2024	Собственици на жилища	11
☑ Работилница/ Обучение	Процедури за енергийна ефективност на сградния фонд – различия спрямо предишни програми, ключови моменти и споделяне на добри практики (БАКК)	Хотел „Космополитън“, София	31.01.2025	Общински служители; строителни работници	21
		Енергиен офис на община Бургас	21.03.2025	Общински служители; строителни работници	22
☑ Други (моля опишете):	Участие със щанд на SHEERenov+ по време на Архитектурно - строителна седмица 2025	Интер Експо Център София	26.03.2025– 29.03.2025	Посетители на изложението	50








3.2 Използвани комуникационни инструменти

Инструмент/ Канал	Описание	Дата(и)	Обхват	Линк/ Приложение
☑ **Постери/ Листовки**	Съдържат информация за услугите на ЦКО и условията по BG-RRP-4.024	01.11.2023-15.12.2023	Районни администрации на София: Оборище, Витоша, Лозенец, Триадица, Средец	1, 2, 3
☑ **Други:**	Уебсайт: www.bacc.bg – Директни контакти със сдружения на собствениците – Информационен щанд в Интер Експо Център			1

4. Сътрудничество с местни власти

Описание на формално или неформално сътрудничество с общината (например съвместни събития, техническа подкрепа и т.н.):
- Статус на партньорското споразумение (ако е приложимо):
  - ☑ Съвместни дейности
  - ☑ Подписано споразумение

БАКК сключи официални партньорства с пет районни администрации в София чрез двустранни споразумения за сътрудничество. Тези партньорства бяха от съществено значение за популяризирането на услугите на Центъра за комплексно обслужване на местно ниво и за осигуряване на институционална подкрепа за информационни инициативи. Експерти на BACC бяха поканени да участват в четири публични информационни събития за сдружения на собствениците, организирани от районните администрации – Оборище на 28.11.2023 и 30.11.2023, Витоша на 29.11.2023, Лозенец на 08.01.2024 и Триадица на 10.01.2024.

5. Включване на местни професионалисти

- Привлякохте ли или включихте местни професионалисти е мрежата на вашия Център?
  - ☐ Да
  - ☑ В процес на изпълнение
  - ☐ Не

- Тип(ове) привлечени професионалисти:
  - ☑ Проектанти/Архитекти
  - ☑ Енергийни одитори
  - ☐ Строителни фирми

- ☐ Инсталатори (ВЕИ,ОВК)

6. Основни послания

1) *Ползите от енергийно ефективна реновация*
2) *Услугите за подкрепа на Центъра за комплексно обслужване*
3) *Оптимизирани технически и административни процедури*
4) *Доверие и сътрудничество с общините*
5) *Значение на участието на сдруженията на собствениците и гарантиране на качество*

7. Анализ на въздействието

Кои бяха най-успешните елементи от кампанията?

- *Силно институционално сътрудничество на районно ниво.*
- *Целенасочено информационно достигане в райони с предишни успешни проекти за обновяване.*
- *Присъствие на национални събития, което разшири видимостта.*

С какви предизвикателства се сблъскахте при достигането до аудиторията?

- *Преодоляване на скептицизма на собствениците относно разходите и административната сложност на проектите.*
- *Координиране на промоционалните дейности на Центъра със старта на националните програми за финансиране.*

Какво беше общественото възприятие или обратна връзка относно реновациите и услугите на Центъра?

- *Положителен прием от страна на сдруженията на собствениците, които разпознаха добавената стойност от подкрепата на Центъра.*
- *Увеличаване на броя запитвания за консултантски услуги на Центъра след събитията.*

Моля, включете връзки към медийно отразяване, цитати от участници или обратна връзка.

8. Следващи стъпки и бъдещи дейности

Какви са следващите ви планирани комуникационни действия?

- *Разширяване на информационния обхват чрез засилено сътрудничество с местните власти.*
- *Организиране на нови сесии, синхронизирани с бъдещите покани за финансиране на реновации*
- *Подготовка за интегриране на новата цифрова платформа на Центъра за комплексно обслужване в ежедневните операции и услуги, предлагани на собствениците и заинтересованите страни.*
- *Насочване към сдружения на собствениците, участващи в нови реновационни инициативи.*
- *Укрепване на мрежата от професионални услуги.*

Как планирате да интегрирате онлайн платформата SHEERenov+, когато стане оперативна?

- *Платформата ще обедини всички промоционални материали — флаери, видеа, обяви за събития — и ще ги направи лесно достъпни за собствениците и заинтересованите страни; хората ще могат да се записват за информационни сесии, работилници и уебинари директно през платформата.*
- *Платформата ще публикува редовно актуализации за възможности за финансиране, услуги на Центъра за комплексно обслужване, успешни истории и съвети за реновация, за да поддържа ангажираността на потребителите.*
- *Платформата ще представя завършени проекти за реновация (със снимки и препоръки), за да вдъхва доверие и да насърчава нови кандидатури.*
- *Платформата ще предоставя бързи калкулатори и инструменти за самооценка, за да привлече потребители и да ги мотивира към действие.*
- *Платформата ще позволява подаване на запитвания и резервации за консултации с експертите на Центъра за комплексно обслужване.*

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: Пробуждение (Бургас)

1. Основна информация

- Наименование на ЦКО: Пробуждение
- Община/Обхват: Бургас
- Отчетен период: 01.10.2024 – 31.03.2025
- Лице за контакт в ЦКО: Преслава Козарова
- Дата на подаване: 07.05.2025

2. Цели на кампанията

Кои бяха ключовите цели на вашите дейности за повишаване на осведомеността?

- ☑ Увеличаване на обществената осведоменост относно обновяването на сградите
- ☑ Популяризиране на услугите на Центъра за комплексно обслужване
- ☑ Изграждане на доверие чрез сътрудничество с общините
- ☑ Включване на местни професионалисти и компании
- ☐ Друго (моля, уточнете):

3. Проведени дейности

3.1 Събития и разпространение на информация

Тип събитие	Заглавие/Тема	Място	Дата	Целева група (и)	Брой участници
☑ **Информационна сесия**	Информационна среща за прилагане на програми за енергийно ефективно обновяване на многофамилни	Бургас	20.03.2025	Собственици на жилищна собственост, сдружения на собствениците, управители на сгради и други заинтересовани страни в	45

	жилищни сгради			планирането и изпълнението на енергоефективни обновления.	
☑ **Работилница/ Обучение**	Семинар за обучение на строителни професионалисти относно прилагането на програми за енергийно ефективно обновяване на многофамилни жилищни сгради	Бургас	21.03.2025	Собственици на жилищна собственост, сдружения на собствениците, управители на сгради и други заинтересовани страни в планирането и изпълнението на енергоефективни обновления.	29
☑ **Работилница/ Обучение**	Работилница: Технологии за енергийно ефективна реновация	Русе	31.01.2025	Архитекти и проектанти от местни фирми	30





3.2 Използвани комуникационни инструменти

Инструмент/Канал	Описание	Дата(и)	Обхват	Линк/Приложение
☑ **Кампании в соц. мрежи**	Постове и истории на официалните канали на партньорите, отразяващи информационната среща и семинара за обучение относно прилагането на програми за енергийно ефективно обновяване на многофамилни	31.01.2025 / 20.03.2025 / 21.03.2025	2 000	https://www.facebook.com/phshop.bg/posts/pfbid0KTVNaiVAZswQwxUqPG9PDJQbvG3XJpNxhKL6YKT7jaXNArGv1CvT7qmRihVcgUZtl?rdid=bVM8ynKueBFf16nV# https://www.facebook.com/phshop.bg/posts/pfbid0SuCPNdKAaE9dzzWuegr4hADoi1iU7jwPj9LR855rBKH48BdGnQ1f915rBz

	жилищни сгради. Съдържанието включва снимки, кратко видео, цитати от участници и ключови акценти от програмата на събитието.			wyMDWsl?rdid=otqGuA8MtSBMwUlM#
☑ **Бюлетин/Имейл кампания**	Целенасочена имейл кампания, проведена в сътрудничество с Община Бургас за информиране на граждани (собственици на многофамилни жилищни сгради) и строителни професионалисти относно предстоящата информационна среща и семинар за обучение по прилагането на националните програми за енергийно ефективно обновяване. Имейлите включваха детайли за събитието, инструкции за регистрация и кратък преглед на целите на програмата.	20.03-21.03.2025	100	-

4. Сътрудничество с местни власти

☑ Съвместни активности

- *Информационна среща за прилагане на програми за енергийно ефективно обновяване на многофамилни жилищни сгради / 20.03.2025*
- *Семинар за обучение на строителни професионалисти относно прилагането на програми за енергийно ефективно обновяване на многофамилни жилищни сгради / 21.03.2025*

☑ Подписано споразумение

5. Включване на местни професионалисти

- Привлякохте ли или включихте местни професионалисти е мрежата на Вашия Център?
- ☐ Да
- ☑ В процес на изпълнение
- ☐ Не

- Тип(ове) привлечени професионалисти:
- ☐ Проектанти/Архитекти
- ☐ Енергийни одитори
- ☑ Строителни фирми
- ☐ Инсталатори (ВЕИ, ОВК)
- ☐ Друго: Дистрибутори на строителни материали

6. Основни послания

Кампанията бе насочена към повишаване на осведомеността и насърчаване на участие в програмите за енергийно ефективно обновяване. Основните послания бяха:

1) *Значението на енергийно ефективното обновяване за подобряване на комфорта, намаляване на енергийните разходи и повишаване на стойността на сградата.*
2) *Ключови ползи от мерките за енергийна ефективност, като по-добро качество на вътрешния въздух, намален въглероден отпечатък и повишена устойчивост на сградите.*
3) *Наличност на професионална подкрепа чрез услугите на местния Център за комплексно обслужване, който подпомага гражданите и специалистите във всяка стъпка от процеса на реновация.*
4) *Насърчаване на ангажираността на общността, сътрудничеството между заинтересованите страни и дългосрочна визия за устойчив начин на живот в градските жилищни райони.*
5) *Акцент върху качественото изпълнение, включително правилни монтажни техники и използване на сертифицирани материали, както бе демонстрирано по време на работилниците.*

7. Анализ на въздействието

Кои бяха най-успешните елементи от кампанията?

- *Комбинацията от презентации, водени от експерти, и примери от реалния живот помогна да се превърнат техническите теми в достъпни знания.*
- *Сътрудничеството с Община Бургас също повиши доверието и местния обхват, особено сред гражданите, участващи в програмите за енергийно ефективно обновяване.*

С какви предизвикателства се сблъскахте при достигането до аудиторията?

- *Едно от основните предизвикателства беше осигуряването на широко участие както от граждани, така и от по-малки строителни фирми, особено при тези с ограничени предварителни познания по мерките за енергийна ефективност. Освен това логистичната координация за едновременно достигане до технически и нетехнически аудитории изискваше персонализирани съобщения.*

Какво беше общественото възприятие или обратна връзка относно реновациите и услугите на Центъра?

- *Обратната връзка от участниците беше изключително положителна. Мнозина изразиха признателност за яснотата на представената информация и практическите насоки, които получиха..*

8. Следващи стъпки и бъдещи дейности

Какви са следващите ви планирани комуникационни действия?

- *През следващите месеци ще продължим инициативите си чрез целеви информационни сесии и технически работилници, насочени както към граждани, така и към строителни професионалисти. Те ще се фокусират върху практическите стъпки за разбиране на мерките за енергийна ефективност и ще подобрят сътрудничеството между заинтересованите страни.*

Как планирате да интегрирате онлайн платформата SHEERenov+, когато стане оперативна?

- *След пускането ѝ ще я популяризираме активно по всички комуникационни канали – на събития, чрез бюлетини и социални мрежи. Платформата ще бъде централен инструмент във всички дейности на ЦКО, особено за консултиране на гражданите и подаване на необходимите документи.*

Каква допълнителна подкрепа или ресурси ви трябват?
За да укрепим допълнително нашите усилия, ще се възползваме от:

- *Допълнителни технически материали и визуално съдържание, адаптирано за нетехническа аудитория;*
- *Локализирани промоционални пакети за обясняване на ползите от платформата и услугите на ЦКО;*
- *Продължително сътрудничество с общинските власти за съвместни брандирани кампании.*

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: EVN (Пловдив)

1. Основна информация

- Наименование на ЦКО: Център за устойчиви услуги
- Община/Обхват: Пловдив
- Отчетен период: 01.10.2023 – 31.03.2025
- Лице за контакт в ЦКО: Асен Попов
- Дата на подаване: 31.03.2025

2. Цели на кампанията

Кои бяха ключовите цели на вашите дейности за повишаване на осведомеността?

- ☑ Увеличаване на обществената осведоменост относно обновяването на сградите
- ☑ Популяризиране на услугите на Центъра за комплексно обслужване
- ☐ Изграждане на доверие чрез сътрудничество с общините
- ☐ Включване на местни професионалисти и компании

- ☐ Друго (моля, уточнете): разпространение на информация и предоставяне на консултации по проект BG-RRP-4.026 „Подкрепа за възобновяема енергия в домакинствата“.

3. Проведени дейности

3.1 Събития и разпространение на информация

Тип събитие	Заглавие/ Тема	Място	Дата	Целева група(и)	Брой участници
☑ **Информационна сесия**	“Информационен ден SHEERenov”	Пловдив	29.05.2024	Представители на общините, НПО, университети, домоуправители	22
☑ **Среща със заинтересовани**	Редовна среща с областни управители	Пловдив; Пазарджик; Смолян; Кърджали; Хасково; Стара Загора; Ямбол; Сливен; Бургас	20.06-08.07.2024 04.12-18.12-2024	Областни управители	20
☑**Работилница / Обучение**	Представяне на резултатите и добри практики от проекта H2020 SHEERenov „Топлофорум“ 2024	Пловдив Пловдив	23.11.2023 30-31.10.2024	Експерти по енергийна ефективност; държавни агенции Домоуправители; собственици на апартаменти в многофамилни сгради; клиенти на EVN България Топлофикация	19 100
☑ **Ангажира**	Срещи с домоуправители	Пловдив	11.11.2023 18.05.2024	Собственици на апартаменти в многофамилни сгради	8 12

не на общността	Лятна конференция по управление на EVN 2024 – централни департаменти и мениджъри на клиентски енергиен център	Пловдив	11.07.2024	Служители от департаменти на EVN България Топлофикация ЕАД, Електроразпределение Юг ЕАД и Електроснабдяване ЕАД	150
	Конференция на централните департаменти	Пловдив	14.11.2024	Служители от департаменти на EVN България Топлофикация ЕАД, Електроразпределение Юг ЕАД и Електроснабдяване ЕАД	300

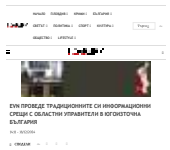




3.2 Използвани комуникационни инструменти

Инструмент/Канал	Описание	Дата(и)	Обхват	Линк/Приложение
☑ **Постери/ Листовки**	Листовки за Информационен ден	29.05.2024	150	

☑ Локално медийно отразяване	Публикации за работилницата: 3e-news.net Интервю с Александър Сипек, регионален мениджър EVN България Публикации за InfoDay: Cross.bg 3e-news.net Novini247.com Публикации за форума“Кметовете говорят”: Gabrovonews.bg bta.bg kmeta.bg Публикация за срещите на ръководството на EVN България с областни управители: 3e-news.net Публикации за промоция на услугите на ЦКО: bta.bg utroruse.com 3e-news.net Публикация за срещите на ръководството на EVN България с областни управители: 3e-news.net plovdivnews.bg cross.bg	24.11.2023 07.02.2024 29.05.2024 03.07.2024 10.07.2024 25.10.2024 18.12.2024	1150 3650 1100 1550 630	     https://3e-news.net/bg/a/view/54486/evn-bylgarija-provede-tradicionnite-si-informacionni-sreshti-s-oblastni-upraviteli-v-ugoiztochna-bylgarija  

				
☑ Социални медийни кампании	Публикация за Информационен ден: Facebook и Instagram – 22 публикации LinkedIn – 2 публикации	29.05.2024 17.10.2024-31.03.2025 14.11.2024 18.02.2025	1900 Взаимодействия - 3169 Показания - 474345 Обхват – 113581 1080 1340	 
☑Бюлетини/Имейл кампании	Информация в интранет сайта EVN „Заедно“ в България, Австрия и Македония	01.09.2024-31.03.2025	4720	
☑ Уебсайт на общината	Публикации за форума „Mayors talk“ на gabrovo.bg	03.07.2024		
☑ Устна комуникация/срещи	Посещения на място	11.2023-03.2025	5500	

4. Сътрудничество с местни власти

- Описание на формално или неформално сътрудничество с общината (например съвместни събития, техническа подкрепа и т.н.):
- Статус на партньорското споразумение (ако е приложимо):
  - ☐ Съвместни дейности
  - ☐ Подписано споразумение
  - ☑ Все още не е инициирано

5. Включване на местни професионалисти

- Привлякохте ли или включихте местни професионалисти е мрежата на Вашия Център?
  - ☐ Да
  - ☑ В процес на изпълнение
  - ☐ не

6. Основни послания

1) Значението на реновирането на сградния фонд

- *Реновирането на сградите е ключово за постигане на енергийна ефективност.*
- *Необходими са комплексни мерки, включващи и обновяване на топлоснабдителната система.*
- *Икономически ефект чрез спестена енергия, повишена стойност на имота, подобрен комфорт и здраве.*

2) Ползите от енергийната ефективност и възобновяемата енергия

- *Намаляване на енергийните разходи.*
- *Повишен вътрешен комфорт, подобрено здраве и благосъстояние на домакинствата.*
- *Намален въглероден отпечатък и принос към устойчивото развитие.*

3) Ролята на Центъра за комплексни услуги

- *Предоставя консултации на домакинства, които искат да обновят домовете си и да инвестират в енергийна ефективност.*
- *Експертни съвети по теми като енергиен одит, ВЕИ проектиране, термография, инфраструктура за зареждане на електромобили, кандидатстване по национални и европейски програми и др.*

4) Ролята на електромобилността и нейното развитие в градовете

- *Насърчава изграждането на зарядни станции за клиенти в едно- и многофамилни жилищни сгради.*
- *Акцент върху удобството, бързото и ефективно зареждане, икономии на разходи, повишена безопасност и независимост от публична инфраструктура, интеграция с „умни“ системи и възобновяеми източници, лесно мониториране и контрол, повишаване стойността на имота.*

5) Ролята на топлоснабдяването и прилагането на интегрирани енергийноефективни мерки

- *Намалено енергопотребление в добре изолирани и енергоефективни сгради, по-добра регулировка и комфорт.*
- *Фокус върху ефективността при замяна на вертикално с хоризонтално топлоснабдяване.*

6) Одит и енергийна ефективност на сградите

- *Услуги като термография и енергиен одит на едно- и многофамилни сгради от сертифицирани енергоодитори с дългогодишен опит.*
- *Акцент върху превантивния контрол и ранното откриване на проблеми.*
- *Информация за поведенческите фактори, влияещи на енергопотреблението, и практични съвети за оптимизиране.*

7. Анализ на въздействието

Кои бяха най-успешните елементи от кампанията?

- *Използване на различни комуникационни канали – социални медии, фирмен уебсайт и локални медии.*
- *Предоставяне на информационни материали на място в Центъра.*
- *Организация на информационни дни и обучения по енергийна ефективност и топлоснабдяване.*
- *Разработена онлайн платформа с интегриран календар за запитвания за консултации – удобство и бърз достъп.*
- *Комплексен характер на услугите – от фотоволтаични системи до съхранение на енергия и зарядни станции.*
- *Посещения на място при клиенти – над 5 500 домакинства посетени.*

С какви предизвикателства се сблъскахте при достигането до аудиторията?

- *Липса на ясни процедури за енергийно ефективно обновяване на едно- и многофамилни сгради.*
- *Недостатъчно финансиране за реновации на многофамилни сгради.*
- *Неяснота и незнание на собствениците относно законодателството (ЗУЕС, управление на етажна собственост и др.).*
- *Голям брой неизползвани апартаменти, затрудняващ вземането на решения и управлението.*
- *Липса на достатъчни стимули за самостоятелни инвестиции в енергоефективни решения.*

Какво беше общественото възприятие или обратна връзка относно реновациите и услугите на Центъра?

- *Много добро мнение за консултациите и практическите съвети.*
- *Лесният достъп до съвети чрез онлайн платформата е все по-популярен.*
- *Положителна оценка по време на подготовката на документация за проект BG-RRP-4.026 „Подкрепа за възобновяема енергия в домакинствата“.*

Моля, включете връзки към медийно отразяване, цитати от участници или обратна връзка.

- *Създадени анкети за удовлетвореност на клиентите (приложени към доклада).*

8. Следващи стъпки и бъдещи дейности

Какви са следващите Ви планирани комуникационни действия?

- *Дни на енергийната ефективност – октомври 2025 г.*
- *Месечни публикации за консултации по теми за енергийна ефективност в корпоративния сайт и на интранет страницата „Заедно“ (над 2 200 служители на EVN България).*

Каква допълнителна подкрепа или ресурси ви трябват?

- *Подкрепа от националните и местни власти чрез ясни процедури за кандидатстване по проекти за енергийна ефективност на дома.*
- *Ясни дефиниции и законодателство относно енергийната бедност и домакинствата в риск, както и стимулиращи политики и проекти в тази област.*
- *Облекчени регулаторни изисквания за изграждане на ВЕИ инсталации в многофамилни жилищни сгради.*

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: Енерджи сейвинг (Стара Загора)

1. Основна информация

- Наименование на ЦКО: Енерджи сейвинг ЕООД, Стара Загора
- Община/Обхват: Община Стара Загора, Община Чирпан, Община Казанлък
- Отчетен период: (01.10.2023 – 31.03.2025)
- Лице за контакт в ЦКО: Севдалина Джабарска
- Дата на подаване: 16.05.2025

2. Цели на кампанията

Кои бяха ключовите цели на вашите дейности за повишаване на осведомеността?

- ☑ Увеличаване на обществената осведоменост относно обновяването на сградите
- ☑ Популяризиране на услугите на Центъра за комплексно обслужване
- ☑ Изграждане на доверие чрез сътрудничество с общините
- ☑ Включване на местни професионалисти и компании
- ☑ Друго (моля, уточнете): Изследване на възможностите за създаване на енергийни общности. Изясняване на възможностите за потенциалните участници.

3. Проведени дейности

3.1 Събития и разпространение на информация

Тип събитие	Заглавие/ Тема	Място	Дата	Целева група(и)	Брой участници
☑ **Информационна сесия**	Процедура № RRP-4.024 по НПВУ Енергийна ефективност на многофамилни жилищни сгради с 80 % държавно финансиране – предварителни индивидуални срещи с потенциални участници	Стара Загора	25.10.2023 26.10.2023 27.10.2023	Собственици на апартаменти в многофамилни сгради	12 15 13 Общо: 40
		Чирпан	14.11.2024	Собственици на апартаменти в многофамилни сгради	12
		Казанлък	29.11.2024	Собственици на апартаменти в многофамилни сгради	10
☑ **Работилница/ Обучение**	Проекти за енергийна ефективност в преходни региони и свързаните предизвикателства	Стара Загора	21.01.2025	ЦКО – БАКК, БРТК, EVN, Пробуждение, ЕнЕфект	17

☑ **Ангажиране на общността**	Срещи с домоуправители	Стара Загора		Собственици на апартаменти в многофамилни сгради	54

3.2 Използвани комуникационни инструменти

Инструмент/Канал	Описание	Дата(и)	Обхват	Линк/ Приложение
☑ **Постери/ Листовки**	Съдържат информация за услугите на ЦКО и условията по BG-RRP-4.024	01.11.2023-15.12.2023	Община Стара Загора, Чирпан, Казанлък	
☑**Локално медийно отразяване**	Интервю със Севдалина Джабарска – Мениджър „Енергийно спестяване“	10.01.2024 07.12. - 22.12.2024	Стара Загора и регион	
☑ **Социални медийни кампании**	Съдържат информация за услугите на ЦКО и условията по BG16FFPR003-4.001	24.06.2024	Стара Загора и регион	
☑ **Устна комуникация/Срещи на място**	Проведени посещения на място	11.2023-03.2025	Стара Загора и регион	-
☑ **Други: Уебсайт**	Информация и ресурси на официалния сайт			www.energysaving.bg



4. Сътрудничество с местни власти

- Статус на партньорското споразумение (ако е приложимо):
  - ☑ Съвместни дейности

„Енерджи Сейвинг“ бе поканен да стане член на Камарата на енергийните общности в България и да участва в изготвянето на „Предложение за създаване на регистър на енергийните общности в България и пилотен проект за създаване на енергийна общност“ като част от екипа на Камарата по време на изпълнението.

5. Включване на местни професионалисти

- Привлякохте ли или включихте местни професионалисти е мрежата на Вашия Център?
  - ☑ Да
  - ☐ В процес на изпълнение
  - ☐ Не

- Тип(ове) привлечени професионалисти:
  - ☑Проектанти/Архитекти
  - ☑Енергийни одитори
  - ☑Строителни фирми
  - ☑Инсталатори (ВЕИ, ОВК)
- Брой нови професионалисти: 5

6. Основни послания

1) *Позитивни резултати от прилагането на мерки за енергийна ефективност*
2) *Подкрепа чрез услугите на Центъра за комплексно обслужване*
3) *Директен достъп до технически и административни процедури*
4) *Сътрудничество с общинските администрации*

7. Анализ на въздействието

Кои бяха най-успешните елементи от кампанията?

- *Силно институционално сътрудничество на общинско ниво*
- *Увеличено търсене на услугите на ЦКО*
- *Улеснена работа с обществеността в райони със вече реновирани сгради*

С какви предизвикателства се сблъскахте при достигането до аудиторията?

- *Преодоляване на недоверието на собствениците относно разходите и подготовката на документация*
- *Координация на промоционалните дейности на ЦКО със старта на националните програми за финансиране*

Какво беше общественото възприятие или обратна връзка относно реновациите и услугите на Центъра?

- *Собствениците и управителите на сдружения разчитаха на екипа за подкрепа през целия процес*
- *Въпреки липсата на отворени програми, гражданите проявяваха интерес към бъдещи възможности за финансиране*
- *Наличието на място за комплексна информация беше добре прието от обществеността и ръководството на общинската администрация*

8. Следващи стъпки и бъдещи дейности

Какви са следващите Ви планирани комуникационни действия?

- *Укрепване на сътрудничеството с местните власти.*
- *Организиране на срещи със собствениците в многофамилни жилищни сгради по конкретни теми, идентифицирани като критични в хода на досегашната работа.*

Как планирате да интегрирате онлайн платформата SHEERenov+, когато стане оперативна?

- *Подготовка за интеграция на новата дигитална платформа на Центъра за комплексно обслужване в ежедневните операции и услуги, предлагани на собствениците и заинтересованите страни. По отношение на промоционалните дейности:*

  1) *Платформата ще обедини всички промоционални материали — флаери, видеа, обяви за събития — и ще ги направи лесно достъпни за собствениците и заинтересованите страни.*
  2) *Хората ще могат да се записват за информационни сесии, работилници и уебинари директно през платформата.*
  3) *Платформата ще публикува редовни актуализации за възможности за финансиране, услуги на ЦКО, успешни истории и съвети за обновяване, за да поддържа ангажираността на потребителите.*
  4) *Платформата ще представя завършени проекти за обновяване (със снимки и препоръки), за да вдъхва доверие и да насърчава нови кандидатури.*
  5) *Платформата ще предоставя бързи калкулатори и инструменти за самооценка, за да привлече потребители и да ги мотивира към действие.*
  6) *Платформата ще позволява подаване на запитвания и резервации за консултации с експертите на ЦКО.*

Каква допълнителна подкрепа или ресурси са ви необходими?

- *За ефективната работа на Центъра е необходима подкрепа от националните и местни власти чрез ясни процедури за кандидатстване по проекти за енергийна ефективност в домовете.*
- *Ясни дефиниции и законодателство относно енергийната бедност и домакинствата в риск, както и стимулиращи политики и проекти, насочени към намаляване на енергийната бедност.*
- *Облекчени регулаторни изисквания за домакинствата при изграждане на ВЕИ инсталации в многофамилни жилищни сгради.*

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: БРТК (Русе)

1. Основна информация

- Наименование на ЦКО: Център за комплексна подкрепа за енергийна ефективност към БРТК – Русе)
- Община/Обхват: Община Русе / Област Русе
- Отчетен период: 01.10.2023 - 31.03.2025

- Лице за контакт в ЦКО: Десислава Пенчева
- Дата на подаване: 12.05.2025

2. Цели на кампанията

Кои бяха ключовите цели на вашите дейности за повишаване на осведомеността?
- ☑ Увеличаване на обществената осведоменост относно обновяването на сградите
- ☑ Популяризиране на услугите на Центъра за комплексно обслужване
- ☑ Изграждане на доверие чрез сътрудничество с общините
- ☑ Включване на местни професионалисти и компании
- ☐ Друго (моля, уточнете):

3. Проведени дейности

3.1 Събития и разпространение на информация

Тип събитие	Заглавие/ Тема	Място	Дата	Целева група(и)	Брой участници
☑ **Работилница / Обучение**	Технологии за енергийно ефективно обновяване на сгради Посещение и обучение на ЦКО	Русе Русе	31.01.2025 30.01.2025	Архитекти, вътрешни и външни дизайнери, Община Русе, строителни компании, контролери на инвеститори, надзорни изпълнители и експерти по отстраняване на повреди	30 14
☑ **Друго (моля уточнете)**	Неформални двустранни срещи със заинтересовани страни	Русе	Няколко пъти през 2025 г.	Архитекти, дизайнери, фирми, Община Русе	5

3.2 Използвани комуникационни инструменти

Инструмент/ Канал	Описание	Дата(и)	Обхват	Линк/ Приложение
☑ **Локално медийно отразяване**	Седмичен отчет за дейността на Община Русе	31/01/2025		https://www.bta.bg/bg/news/bulgaria/official-messages/825329-obshtina-ruse-sedmichen-otchet-za-deynostta-na-obshtinskata-administratsiya

☑ **Кампании в социалните медии**	Първа партньорска среща на проекта SHEERenov+ Обучение по енергийна ефективност и реновация на сгради в Русе	05/10/2023 03/02/2025		https://www.facebook.com/profile/100070169550720/search/?q=sheerenov https://www.facebook.com/brcci.eu/posts/pfbid0xG1C7Gcrb92yk3myApFw3vPbBmRr1atQPhFjzhSioCDi6sH1jSaD7uX9ZJ6eq2nCl
☑ **Бюлетини/Имейл кампании**	Покана: Технологии за енергийно ефективно обновяване на сгради (архитекти, дизайнери, Община Русе, строителни фирми и др.) Част от бюлетина на БРТК (членове, абонати, заинтересовани страни, медии)	21/01/2025 31/10/2023	130 1800	

4. Сътрудничество с местни власти

- Описание на формално или неформално сътрудничество с общината (например съвместни събития, техническа подкрепа и т.н.):
Предварителни обсъждания за сътрудничество с Община Русе с цел планиране на координирани усилия между OSS и общината.

- Статус на партньорското споразумение (ако е приложимо):
☑ Съвместни дейности
☐ Подписано споразумение
☐ Все още не е инициирано

5. Включване на местни професионалисти

- Привлякохте ли или включихте местни професионалисти е мрежата на Вашия Център?
  - ☐ Да
  - ☑ В процес на изпълнение
  - ☐ Не

- Тип(ове) привлечени професионалисти:
  - Проектанти/Архитекти
  - ☑ Енергийни одитори
  - ☑ Строителни фирми

- ☑ Инсталатори (ВЕИ,ОВК)
- Брой нови професионалисти: около 45

6. Основни послания

Обобщете основните послания, предадени чрез вашата кампания (например значението на реновацията, ползите от енергийна ефективност, подкрепата на ЦКО и др.)

1) *Подчертаване на значението и ползите от реновацията и енергийната ефективност.*
2) *Представяне на нови методи и технологии за постигане на енергийна ефективност.*
3) *Повишаване на осведомеността за капацитета, услугите и целите на Центъра за комплексно обслужване (ЦКО).*

7. Анализ на въздействието

Кои бяха най-успешните елементи от кампанията?

- *Живите събития бяха най-въздействащите дейности.*

С какви предизвикателства се сблъскахте при достигането до аудиторията?

- *Забавянето при пускането на онлайн платформата на проекта беше сериозно предизвикателство.*

Какво беше общественото възприятие или обратна връзка относно реновациите и услугите на Центъра?

- *Новините за специализираните събития и предстоящото откриване на ЦКО бяха приети изключително положително. Заинтересованите страни и професионалистите изразиха желание да научат повече и да участват активно.*

8. Следващи стъпки и бъдещи дейности

Какви са следващите Ви планирани комуникационни действия?

- *За официалното откриване на Центъра за комплексно обслужване ще бъде организирана мащабна комуникационна кампания, включваща социални медии, имейл кампании, бюлетини и промоционални събития. Ще бъдат ангажирани широката мрежа партньори, клиенти и членове на Камарата.*

Как планирате да интегрирате онлайн платформата SHEERenov+, когато стане оперативна?

- *Онлайн платформата ще се използва като целева страница и източник на информация за Центъра за комплексно обслужване, както и като инструмент за включване на професионалисти и допълнителен канал за комуникация със заинтересованите страни.*

Каква допълнителна подкрепа или ресурси ви трябват?

- *В момента не е необходима допълнителна подкрепа или ресурси..*

SHEERenov+ Доклад от местна кампания за повишаване на осведомеността за ЦКО: Община Габрово

1. Основна информация

- Наименование на ЦКО: Център за комплексно обслужване (ЦКО) при Община Габрово
-Община/Обхват: Община Габрово
- Отчетен период: 01.10.2023 - 31.03.2025
- Лице за контакт в ЦКО: Тодор Попов
- Дата на подаване: 20.05.2025

2. Цели на кампанията

Кои бяха ключовите цели на вашите дейности за повишаване на осведомеността?

- ☑ Увеличаване на обществената осведоменост относно обновяването на сградите
- ☑ Популяризиране на услугите на Центъра за комплексно обслужване
- ☑ Изграждане на доверие чрез сътрудничество с общините
- ☐ Включване на местни професионалисти и компании
- ☑ Друго (моля, уточнете): Енергийни общности

3. Проведени дейности

3.1 Събития и разпространение на информация

Тип събитие	Заглавие/ Тема	Място	Дата	Целева група(и)	Брой участници
☑ **Информационна сесия**	Ролята на общините и модели за предоставяне на интегрирани услуги за обновяване на сгради	Община Габрово – главна конферентна зала	14/12/2023	Общински експерти, местни професионалисти (проектанти, монтьори, изпълнители), академична общност, мениджъри на сгради, сдружения на собствениците	46
☑ **Образователен тур/ Демо**	Строително изложение / обучение на студенти	Главен площад на Габрово	Лято 2024	Студенти, строителни професионалисти	200+
☑ **Среща със заинтересовани**	Срещи на консултативния съвет	Община Габрово –	Редовно	Университети, местни предприятия, мениджъри на	6–7 на среща

	NetZeroCities / BARRIO	кабинет на кмета		сгради, финансови институции	
☑ **Работилница/ Обучение**	Обучение за по-добро управление на ЦКО – SHEERenov+	Габрово, България ЦКО	14/12/2024	Общински служители	12
☑ **Ангажиране на общността**	Срещи със сдружения на собственицит е	Община Габрово – главна конферент на зала; ЦКО; различни локации	24/11/2023 Непрекъсна то Непрекъсна то	Сдружения на собствениците	60+
☑ **Друго:**	Среща на енергийната общност	Габрово; Боженци	15/03/2025 14/10/2024 08/02/2025	Членове на енергийната общност	30+ на среща
	Фестивал „Узана Поляна“	Узана	21-23 юли 2024	Младежи	50+ на презентаци и

3.2 Използвани комуникационни инструменти

Инструмент /Канал	Описание	Дата(и)	Обхват	Линк/ Приложение
☑ **Постери/ Листовки**	Рол-ъп на SHEERenov+	n/a	100+	n/a
☑ **Локално медийно отразяване**	Радиоинтервют а;		1000+ 1526	n/a https://www.focus-news.net/novini/regioni/Kmetut

	Прессъобщения до местни новинарски агенции			-na-Gabrovo-Deistviyata-ni-za-klimata-tryabva-da-sa-progresivni-za-da-podobryavame-kachestvoto-na-zhivot-2174518
☑ **Кампании в социалните медии**	Facebook – профили на Община Габрово, Регионален информационен център – Габрово, кмет Таня Христова, Тодор Попов LinkedIn – профил на Тодор Попов	постоянно	548	https://www.facebook.com https://www.facebook.com/ https://www.facebook.com/ https://www.facebook.com/ https://www.facebook.com/ https://www.facebook.com/ https://www.facebook.com/ https://www.facebook.com/ https://www.facebook.com/
☑ **Уебсайт на Общината**	Новина за проведено събитие SHEERenov+ на официалния сайт на Община Габрово Новина за обучение SHEERenov+ на официалния сайт на Община Габрово	8/9/2023 14/12/2023	1000 1000	https://gabrovo.bg/bg/news-article/12305 https://gabrovo.bg/bg/news-article/12378
☑ **Устна комуникация/Срещи**	Срещи със сдружения на собствениците Неформални срещи на	постоянно 15/03/2025	95+ 30+	n/a (налични списъци с участници и снимки)

	енергийната общност	14/10/2024 08/02/2025	30+ 30+	





4. Сътрудничество с местни власти

- Описание на формално или неформално сътрудничество с общината (например съвместни събития, техническа подкрепа и т.н.):

Центърът за комплексно обслужване (ЦКО) в Габрово се стопанисва и управлява от Община Габрово.

- Статус на партньорското споразумение (ако е приложимо):
  - ☑ Съвместни дейности
  - ☐ Подписано споразумение
  - ☐ Все още не е инициирано

5. Включване на местни професионалисти

- Привлякохте ли или включихте местни професионалисти е мрежата на Вашия Център?
  - ☑ Да
  - ☑В процес на изпълнение
  - ☐ Не

- Тип(ове) привлечени професионалисти:
  - ☑ Проектанти/Архитекти
  - ☑ Енергийни одитори
  - ☐ Строителни фирми
  - ☐ Инсталатори (ВЕИ,ОВК)

6. Основни послания

1) *Участието в програмите за обновяване при тези изключително високи нива на безвъзмездно финансиране е уникален шанс да обновите и запазите стойността на имотите си.*
2) *Общинският ЦКО предоставя пълна подкрепа за процеса на кандидатстване и стъпка по стъпка насоки.*

3) *Дори при изисквано съфинансиране от 20%, това все още е подарък от държавата и е необходимо да мобилизираме ресурси и да кандидатстваме веднага, тъй като никой не знае кога и дали такава възможност ще се появи отново.*
4) *Градът е изключително амбициозен и искрен в усилията си за енергийна ефективност, опазване на околната среда и климата, и ще направи всичко възможно, за да реализира тези цели за местните общности.*
5) *Участието в енергийни общности е първа стъпка към енергийна независимост и защита от високи енергийни цени; ефективността и възобновяемите източници заедно са най-добрата комбинация.*

7. Анализ на въздействието

Кои бяха най-успешните елементи от кампанията?

- *Срещи с поканени външни експерти и директно ангажиране на сдружения на собственици в ЦКО като последващо действие.*
- *Публикации в сайта на общината и в официалните социални медийни канали на институцията*

С какви предизвикателства се сблъскахте при достигането до аудиторията?

- *Постоянно променящите се послания от правителството относно условията за участие в програмите за реновация.*
- *Очакванията за връщане на 100% грантове, подхранвани от публични изявления на политически лидери.*

Какво беше общественото възприятие или обратна връзка относно реновациите и услугите на Центъра?

- *Като цяло положително, с признание за усилията на общинския персонал.*
- *Въпреки това недоволството на гражданите за забавянето на изпълнението на програмата (одитът на заявленията продължи повече от година преди публикуването на класирането) се отрази на отношението им; някои директно изразяваха недоволство към общината, тъй като тя беше единствената инстанция, към която можеха да отправят своите притеснения.*

- Медийни публикации и важни препратки:

https://www.24chasa.bg/biznes/article/18581096?fbclid=IwY2xjawEe9FtleHRuA2FlbQIxMQABHUVlz7GuXk5zSSqVvNkQJsKQLj0Pyp9szpP1s98PAfeTmoPXOdQfFh_y3A_aem_gZXYJg1eoysTgXrr5Gn7Gg

https://www.capital.bg/podcast/kapital-green/2023/11/14/4552522_podkast_s_todor_popov_grajdani_mogat_da_investirat_v/

https://pronewsdobrich.bg/obuchenie-za-sazdavane-na-energiyna-obshtnost-organiziraha-v-gabrovo-za-sluzhitelite-v-obshtinski-administratsii-p568119

https://3e-news.net/bg/a/view/54967/obshtinite-mogat-da-se-vyzpolzvat-ot-nad-11-mlrd-evro-za-adaptacija-kym-klimatichnite-promeni-do-2030-g

https://www.greenpeace.org/bulgaria/istorii/9470/gabrovo-energy-community-1/

https://pronewsdobrich.bg/obshtinski-savet-%E2%80%93-gabrovo-prie-predlozhenieto-za-sazdavane-na-vtora-energiyna-obshtnost-v-grada-p581468

https://bnr.bg/horizont/post/102135652

https://www.bta.bg/bg/news/bulgaria/860595-obshtinski-savet-gabrovo-prie-predlozhenieto-za-sazdavane-na-vtora-energiyna-o

https://www.climateka.bg/pavlin-stoyanov-bnr-horizont-purva-energiyna-obshnost-gabrovo/

https://www.climateka.bg/parvite-energijni-obshtonosti-v-balgaria-sa-fact/

https://www.bta.bg/bg/news/bulgaria/840356-obuchenie-za-sazdavane-na-energiyna-obshtnost-organiziraha-v-gabrovo-za-sluzhite

8. Следващи стъпки и бъдещи дейности

Какви са следващите Ви планирани комуникационни действия?

- *Продължаване на информационни и обучителни събития за сдружения на собственици и за местни професионалисти, ангажирани в програмите за реновация.*
- *Следене на изпълнението на проектите (планирани за 2025–2026) и публикуване на информация за напредъка в социалните медии на общината и в GIS платформата; осигуряване на отразяване в местното радио.*
- *Интегриране на послание за значението на дейностите по обновяване на сградния фонд в проекта за цялостно обновяване на избран градски район по инициативата Net Zero Cities.*

Как планирате да интегрирате онлайн платформата SHEERenov+, когато стане оперативна?

- *Поддържане на отделна страница на ЦКО и насочване на потребителите към физическия ЦКО в общината, с промотиране на местни фирми.*
- *Използване на платформата като база данни с документация, шаблони и обучителни материали.*
- *Прилагане на калкулатор за енергийни спестявания в подкрепа на услугите на ЦКО.*
- *В зависимост от удобството за потребителя и развитието на ЦКО услугата, използване на функционалността за мониторинг на напредъка по проектите и предоставяне на данни към GIS платформата.*

Каква допълнителна подкрепа или ресурси ви трябват?

- *В момента допълнителна подкрепа не е необходима; продължаваме да разчитаме на активното участие и подкрепа на всички партньори по SHEERenov+.*

Заключение

Кампаниите за повишаване на осведомеността на SHEERenov+, проведени в шестте региона с Центрове за комплексно обслужване, се доказаха като ключова стъпка за преодоляване на пропастта между националните политики за сградно обновяване и местните инициативи. Чрез предоставяне на достъпна, съобразена с местния контекст информация и пряк ангажимент със собственици на жилища, професионалисти и местни власти, Центровете за комплексно обслужване успяха да разсеят неяснотите около процеса на обновяване и да изградят доверие в интегрирания модел на обслужване. Кампаниите показаха, че навременната и добре координирана комуникация – особено когато е синхронизирана с активни възможности за финансиране – може значително да повиши интереса и готовността за обновяване на сградите.

Резултатите показват, че местната видимост, институционалните партньорства и целенасоченият обхват са критични фактори за успех. Оператори на Центровете, които работиха в тясно

сътрудничество с районни администрации или общински енергийни офиси, успяха да достигнат до по-организираните сдружения на собствениците и да предоставят по-специфична подкрепа. Подходът, съчетаващ информационни материали, публични събития и директни консултации, се оказа ефективен за адресиране на различните сегменти от целевата аудитория. Въпреки това, на дневен ред остават редица предизвикателства, особено при достигане до по-малките изпълнители, осигуряване на непрекъснат ангажимент и адаптиране на посланията към променящите се регулаторни условия.

В следващите етапи на проекта уроците, извлечени от тези кампании, ще дадат посоката и обхвата на бъдещите дейности – както в рамките на текущия проект, така и в по-широките усилия за утвърждаване на модела на Центъра за комплексно обслужване в България. С напредването на проектите от планиране към изпълнение, комуникацията трябва все по-силно да се фокусира върху осигуряване на качеството, обратната връзка от потребителите и разпространението на успешни практики. Така центровете за комплексно обслужване могат да се превърнат в устойчиви и доверени комуникационни хъбове, които насърчават пазара за сградно обновяване, при условие, че продължават да отговарят на индивидуалните нужди на собствениците и не бъдат блокирани от непредвидимостта на националните политики в областта.